

## Fenomena Jasa Antri Tiket di RSUD Dr. Soetomo Surabaya

Yurilla Endah Muliatie<sup>1</sup>, Sri Suprapti<sup>2</sup>, Nur Jannah<sup>3</sup>

Universitas Wijaya Putra<sup>1,2,3</sup>

Email korespondensi: [yurillaendah@uwp.ac.id](mailto:yurillaendah@uwp.ac.id)

### *Abstract*

*Queue services for BPJS patients at RSUD Dr. Soetomo is no stranger to patients and their families seeking treatment at an outpatient facility. Even though they operate secretly, many use their services. Dr. Soetomo has provided an Independent Registration Pavilion (APMI) but on the other hand, there are things that prevent patients and their families from using the device for various reasons. For example, the distance is quite far from RSUD Dr. Soetomo so they had to come in the middle of the night just to queue. Or also because the destination poly is not in an outpatient installation so they can't register online. The long-term goal of this research is to add to the treasures of research in the field of marketing, especially those concerning Word of Mouth. The research method in this research is qualitative research. This study is limited to patients who use BPJS facilities in outpatient installations. Suggestions for further research to explore the word of mouth variable by adding other variables and seeking another research objects. The expected implication is that there is a solution to reduce BPJS ticket queues at referral hospitals.*

**Keywords:** *fenomena; word of mouth; jasa antrian; rumah sakit.*

### 1. PENDAHULUAN

Di RSUD Dr. Soetomo terdapat sistem Anjungan Pendaftaran Mandiri (APMI). Melalui sistem tersebut, pasien dapat mencetak jaminan pelayanan secara mandiri, cukup dengan *scan* atau mengetik nomor kartu JKN-KIS-nya, maka otomatis Surat Eligibilitas Peserta (SEP) akan terbit. Dengan jumlah kunjungan pasien rawat jalan di RSUD Dr. Soetomo sekitar dua ribuan, maka 5 mesin APM ini bisa membantu untuk mengurai antrian meskipun sudah ada 16 loket di rawat jalan.(Soebagio, 2018).

Sebagai pusat rujukan rumah sakit di wilayah Indonesia Timur, RSUD Dr. Soetomo perlu diapresiasi karena sudah mengembangkan sistem antrian secara online dan *fingerprnt* mengingat rumah sakit merupakan kiblat pelayanan kesehatan bukan hanya di wilayah Jawa Timur tetapi juga di Indonesia Timur.

Meskipun sudah diberlakukan pengambilan nomor antrian melalui Anjungan Pendaftaran Mandiri (APMI) tetapi tetap saja antrian pada poli rawat jalan RSUD Dr. Soeotomo berjubel. Jika datang jam 06.00 pagi saja nomor antrian sudah lebih dari 300. Hal ini yang membuat beberapa orang memanfaatkan jasa calo antrian loket BPJS. Dimana ini meringankan bagi mereka yang datang dari luar Surabaya dengan jarak yang cukup jauh. Mengingat RSUD Dr. Soetomo ini adalah Rumah Sakit Rujukan di Indonesia Timur. Para calon pasien harus bersabar mengantre untuk memperoleh nomor antrean kecil. Sebab jika mereka datang setelah matahari terbit bersiaplah untuk mendapat nomor antrean besar. Dampaknya mereka harus bersiap-siap menunggu sangat-sangat lama untuk mendapatkan pelayanan dokter. Dengan adanya jasa antrian loket BPJS untuk

menerbitkan SEP, para calon pasien atau keluarga pasien tidak perlu mengantri dari tengah malam mengingat pasien juga tidak memungkinkan untuk dibawa mengantri seharian. Mereka hanya perlu membayar kurang lebih sebesar Rp. 50.000,- saja untuk mendapatkan nomor antrean kecil.

Hal tersebut diatas yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian mengenai fenomena jasa antri tiket di RSUD Dr. Soetomo ini. Karena meskipun sudah ada larangan, para penyedia jasa antri tiket ini masih tetap beroperasi hingga saat ini. Keberadaan jasa mereka disebarluaskan dari mulut ke mulut oleh keluarga pasien yang merasa sangat terbantu dengan keberadaan para penyedia jasa antri tiket ini.

Pelaku jasa antrian pada penelitian ini lebih banyak perempuan dan mereka melakukannya untuk menambah penghasilan demi membantu suami untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Rumusan Masalah pada penelitian ini adalah bagaimana jasa antri loket BPJS di RSUD Dr. Soetomo menggunakan *word of mouth* dalam memasarkan jasanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana jasa antrian loket BPJS di RSUD Dr. Soetomo dalam menggunakan *word of mouth* dalam memasarkan jasanya.

### ***Service Quality***

Secara umum, kualitas layanan adalah sikap global atau penilaian keunggulan layanan, meskipun lingkup sebenarnya dari sikap ini bukanlah keseragaman pendapat. Parasuraman, dkk dalam Sari, dkk. (2018: 594), telah mengembangkan ukuran kualitas layanan yang disebut *SERVQUAL* (Kualitas Servis), *SERVQUAL* ini adalah skala dalam banyak item dengan beberapa pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan, yaitu: (1) Barang bukti fisik (*tangibles*), termasuk fasilitas, peralatan, karyawan dan sarana komunikasi. (2) Reliabilitas, yaitu kemampuan staf untuk memberikan layanan yang dijanjikan dan memberikan pelayanan yang memuaskan. (3) Ketanggapan, yaitu keinginan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang responsif. (4) Jaminan, meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan keramahan staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan, dan (5) Empati, yaitu kemudahan dalam berhubungan, baik komunikasi, perhatian pribadi dan kebutuhan pelanggan.

### ***Word of Mouth***

*Word of mouth* (WOM) atau komunikasi mulut ke mulut merupakan segala bentuk pemberitahuan atau informasi yang berisi pengalaman seseorang setelah membeli suatu produk, yang dikomunikasikan kepada orang lain secara individu maupun kelompok. *Word of mouth* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk mengurangi biaya promosi dan alur distribusi sebuah perusahaan. *Word of mouth* dapat mempengaruhi orang lain, *image* dan pikiran. *Word of mouth* memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan minat beli konsumen.

Menurut Rangkuti (2013: 113), *word of mouth* dapat memasarkan suatu produk dan jasa dengan virus marketing melalui pembicaraan, promosi, rekomendasi dari pelanggan tentang

produk dan jasa kepada orang lain secara antusias dan sukarela. *Word of mouth* mampu menyebar begitu cepat bila pelanggan atau individu yang menyebarkannya memiliki jaringan.

#### Indikator *Word of Mouth*

Menurut Babin, Barry (2014: 133) indikator *word of mouth* adalah sebagai berikut:

1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif tentang kualitas pelayanan dan produk kepada orang lain.
2. Rekomendasi jasa dan produk perusahaan kepada orang lain.
3. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan.

#### Jenis *Word of Mouth*

Hughes (2015: 531) mengemukakan bahwa jenis-jenis komunikasi *word of mouth* dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu:

1. *Word of mouth* positif, merupakan proses penyampaian informasi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh individu yang satu ke individu lain berdasarkan pengalaman yang bersifat positif terhadap suatu produk, jasa, maupun perusahaan.
2. *Word of mouth* negatif, merupakan proses interaksi dari mulut ke mulut yang didasarkan pada pengalaman negatif yang diperoleh dari individu yang satu ke individu yang lain terhadap suatu produk, jasa atau perusahaan.

#### **Keputusan Penggunaan Jasa**

Keputusan penggunaan jasa merupakan salah satu tahapan dalam proses pembelian sebelum perilaku pasca pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan penggunaan jasa sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016: 177) keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

#### Tahapan Keputusan Penggunaan Jasa

Kotler dalam Wibowo dan Priansa (2018: 300) mengemukakan bahwa penggunaan jasa meliputi 5 tahapan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, niat penggunaan jasa dan perilaku pasca penggunaan jasa.

##### 1. Pengenalan kebutuhan

Suatu proses pembelian akan diawali dengan pengidentifikasian masalah atau kebutuhan oleh pembeli. Kebutuhan ini dapat ditimbulkan dari adanya rangsangan yang bersifat internal

maupun eksternal. Rangsangan ini kemudian berubah menjadi dorongan yang ada pada diri pembeli. Pembeli kemudian akan mencari objek yang diketahui untuk dapat memenuhi dorongan tersebut.

2. Pencarian informasi

Untuk mengetahui apa yang dibeli, model bagaimana, maka seseorang mencari informasi yang dari sumber pribadi, komersial, publik, pengalaman masa lalu yang pernah menggunakan suatu produk. Seorang konsumen yang telah memiliki minat akan melalui antara 2 kemungkinan saja, yakni mencari informasi secara aktif, atau mencari informasi untuk diendapkan dalam ingatan saja.

3. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif, dalam hal ini konsumen sangat berbeda evaluasinya karena tergantung pada pilihan atribut produk, sesuai atau tidak dengan keinginan mereka.

4. Niat penggunaan jasa

Bila konsumen mengambil keputusan, maka ia akan mempunyai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, cara pembayaran. Kadang-kadang dalam pengambilan keputusan ini ada saja pihak lain yang memberi pengaruh terakhir, sehingga dapat merubah seketika keputusan semula.

5. Perilaku penggunaan jasa (*Postpurchase Behavior*)

*Postpurchase Behavior* ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ia beli. Apakah ia akan puas atau kecewa, jadi tergantung pada jarak ekspektasi dengan kenyataan yang dihadapi. Jika kualitas produk sesuai dengan harapan, maka konsumen akan puas. Jika kualitas produk melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak memenuhi harapan, maka konsumen akan tidak puas.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Word of Mouth Marketing* pada penyedia jasa antrian loket BPJS di RSUD Dr. Soetomo Surabaya. Oleh karena itu metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau kelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Cresswell: 2016). Metode kualitatif merupakan metode yang menghasilkan data berupa data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari subjek dan dari perilaku yang diamati.

Metode kualitatif sangat mengutamakan manusia sebagai instrumen penelitian. Peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama (Moelong, 2018). Mulai dari merencanakan, melaksanakan, mengumpulkan data, menganalisis dan menemukan.

Penelitian kualitatif yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan jenis studi kasus.

Studi kasus berasal dari terjemahan dalam Bahasa Inggris “*A Case Study*” atau “*Case Studies*”. Kata “kasus” diambil dari kata “*Case*” yang menurut Kamus *Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English* (2020:173), diartikan sebagai 1). “*instance or example of the*

*occurrence of sth.*, 2) “*actual state of affairs: situation*”, dan 3) “*circumstances or special conditions relating to a person or thing*”. Secara berurutan artinya ialah 1). Contoh kejadian sesuatu, 2). Kondisi aktual dari keadaan atau situasi, dan 3) lingkungan atau kondisi tertentu tentang orang atau sesuatu.

Dari penjabaran definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Studi Kasus ialah suatu serangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa dan aktivitas,, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Biasanya, peristiwa yang dipilih yang selanjutnya disebut kasus adalah hal yang aktual (*real-life events*) yang sedang berlangsung bukan sesuatu yang sudah lewat.

Peneliti melakukan *in depth interview* kepada penyedia jasa antrian loket BPJS di RSUD Dr. Soetomo. Adapun informan yang akan diwawancarai sebanyak 3 orang. Wawancara dilakukan secara bertahap dan jadwalnya berbeda-beda setiap orangnya. Setiap sesi wawancara dilakukan selama 30 menit. Wawancara dilakukan dari jam 09.00-11.00 sesudah para penyedia jasa antrian loket BPJS selesai melakukan pekerjaannya.

Fokus penelitian ini adalah para penyedia jasa antrian loket BPJS yang beroperasi di RSUD Dr. Soetomo Surabaya.

Subjek pada penelitian ini adalah penyedia jasa antrian loket BPJS yang ada di RSUD Dr. Soetomo Surabaya.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel berikut adalah karakteristik informan dan alasan mereka menjadi penyedia jasa antrian loket BPJS. Nama informan tidak disebutkan karena satu dan lain hal.

**Tabel 1. Karakteristik dan alasan informan**

Nama	Karakteristik Informan	Alasan menjadi penyedia jasa antrian loket BPJS
Informan 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berusia 27 tahun</li> <li>- Sudah 3 tahun menjadi penyedia jasa antrian loket BPJS</li> <li>- menjadi penyedia jasa antrian bukanlah pekerjaan utama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari penghasilan tambahan</li> <li>- Karena mempunyai banyak waktu luang</li> <li>- Tidak memiliki tabungan di usia sekarang ini</li> </ul>
Informan 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berusia 42 tahun</li> <li>- Mulai menjadi penyedia jasa antrian sejak tahun 2016</li> <li>- Menyediakan jasa antrian bukanlah pekerjaan utama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Untuk menambah penghasilan</li> <li>- Punya waktu luang</li> <li>- Menjadi penyedia jasa sebagai sambilan di sela-sela waktu menjaga warung</li> </ul>

Informan 3	- Berusia 35 tahun - Menjadi penyedia jasa antrian semenjak Covid karena di PHK dari tempat kerja	- Membantu suami - Untuk menambah relasi pertemanan
------------	--	--

Sumber: Data diolah (2022)

Nama	Hasil wawancara
Informan 1	Dari segi <i>service quality</i> , informan pertama ini mampu memberikan kualitas servis yang baik meskipun pekerjaan ini bukanlah pekerjaan utamanya. Namun begitu dengan pelayanan yang diberikannya dia mendapat <i>word of mouth</i> positif dari para pelanggannya,
Informan 2	Dari segi <i>service quality</i> , informan kedua ini memberikan pelayanan dari hati karena dia sudah dibilang lama malang melintang di dunia jasa antrian ini sehingga dia sudah banyak mengenal orang-orang yang sekiranya membutuhkan jasanya. Dia sangat mengerti apa yang dikerjakannya karena memang jam terbangnya sudah banyak. Dia juga menjalin hubungan baik dengan para pelanggannya. Dan jika ada pelanggan baru dia memberikan saran apa saja yang harus dilakukan, dokumen apa yang harus dipersiapkan dan jam berapa sebaiknya mereka datang dengan membawa pasien. Karena hal-hal ini informan kedua ini mendapatkan <i>word of mouth</i> positif dari para pelanggannya.
Informan 3	Dari segi <i>service quality</i> , informan ketiga ini juga sudah memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya sehingga dia mendapatkan <i>word of mouth</i> positif dari para pelanggannya. Hanya saja karena dia baru menggeluti pekerjaan ini jadi pelanggannya tidaklah banyak dan relatif baru karena dia menggeluti profesi ini pada saat virus Covid merebak dan dia kehilangan pekerjaannya. Namun begitu karena dia termasuk orang yang cepat belajar dan membaca situasi sehingga dia bisa bersaing dengan informan lainnya dalam memberikan pelayanan

Sumber: Hasil wawancara, 2022

Pekerjaan merupakan suatu hal yang paling utama untuk dapat bertahan hidup di zaman yang semakin maju saat ini, maka dari itu seorang perempuan yang memiliki cukup banyak waktu dapat bekerja untuk menghasilkan uang bagi dirinya sendiri atau bahkan bagi keluarganya. Salah satu pekerjaan yang dapat dilakukan oleh seorang perempuan saat ini adalah menjadi seorang penyedia jasa antri tiket, yang meskipun tidak banyak orang tahu mengenai pekerjaan ini tetapi pekerjaan ini menjanjikan dan berlaku jangka panjang. Hal ini dikarenakan kebanyakan pasien yang berobat menghabiskan waktu bertahun-tahun sampai dinyatakan mereka bisa kembali berobat ke faskes pertama dimana mereka berobat sebelumnya.

Keseluruhan alasan informan pada penelitian ini menggeluti profesi sebagai penyedia jasa antrian adalah untuk menghasilkan tambahan. Mereka menjadi seorang penyedia jasa antri tiket ini mempunyai pekerjaan utama, dengan kata lain menjadi penyedia jasa antri tiket ini bukanlah

pekerjaan utama bagi mereka. Selain untuk menambah penghasilan, alasan lainnya adalah untuk menambah relasi atau pertemanan, dan memiliki waktu luang.

Hasil wawancara yang telah didapat oleh peneliti menunjukkan bahwa dilihat dari segi *service quality*, para informan telah memberikan pelayanan yang baik kepada para pelanggannya sehingga mereka memberikan respon positif terhadap apa yang didapatnya dengan memberikan *word of mouth* positif atas pelayanan yang mereka dapatkan sehingga para pelanggan baru tidak perlu meragukan pelayanan yang diberikan oleh para informan ini.

#### 4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah dengan adanya *service quality* yang diberikan oleh para penyedia jasa antri tiket ini membuat mereka mendapatkan promosi gratis dari mulut ke mulut sehingga membuat banyak pasien yang memerlukan jasanya tidak perlu berpikir panjang untuk menggunakannya.

Secara *service quality* mereka sudah bagus dalam hal aspek *tangibles* para informan ini sudah mempunyai peralatan yang dapat menunjang pekerjaannya. Dari aspek reliabilitas mereka bisa dikatakan sudah memberikan layanan sesuai yang dijanjikan dan memuaskan. Dari aspek ketanggapan para informan ini sangat responsif terhadap para pelanggannya hal ini terbukti mereka bisa dihubungi kapan oleh para pelanggan. Dari aspek jaminan, para informan ini sangat mengerti apa yang harus dikerjakan dan mereka juga bisa memberikan saran kepada pelanggan mengenai hal-hal apa yang seharusnya mereka lakukan. Dan dari aspek empati, para informan ini sangat mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan dan mereka juga menjalin hubungan baik dengan mereka. Karena para pelanggan ini tidak hanya sebulan dua bulan berobat ke RSUD Dr. Soetomo tetapi biasanya bertahun-tahun mereka akan menjadi pasien disitu dan pastinya akan membutuhkan bantuan para penyedia jasa antrian ini.

Dengan *service quality* yang bagus para informan ini mendapatkan promosi gratis dari para pelanggannya dari mulut ke mulut karena memang mereka tidak bisa beriklan secara terang-terangan akan jasa yang mereka tawarkan. Dan dengan adanya positif *word of mouth* ini banyak pasien-pasien baru yang langsung meminta untuk dilayani.

Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi peneliti yang lain yang melakukan penelitian serupa, serta dapat melanjutkan penelitian dengan topik yang sama secara lebih terperinci. Peneliti berharap agar topik dan pembahasan yang telah dipaparkan menimbulkan rasa keingintahuan untuk melakukan penelitian lanjutan, dengan melakukan wawancara yang lebih mendalam dengan pihak yang terkait guna mendapatkan informasi yang lebih banyak lagi sehingga bisa disampaikan kepada semua pihak.

#### DAFTAR PUSTAKA

Babin, Barry. (2015). *Modelling Consumer Satisfaction and Word Of Mouth: Restaurant Patronage In Korea*. The Journal Of Service Marketing. Vol 19 No.3 hal 133 – 139.

Cresswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Kotler, Philip dan Keller. (2016). *Marketing Management* 15e Global Edition. England: Pearson Education Limited.

Moleong, Lexy. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cet. 38. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rangkuti, Freddy. (2013). *Strategi Semut Merah Melawan Gajah untuk Membangun Brand Personal, Produk Dan Perusahaan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Sari, Sulva Widya, Sunaryo, Mugiono. (2018). *The Effect of Service Quality on Customer Retention Through Commitment and Satisfaction as Mediation Variables in Java Eating Houses*. *Journal Applied Management (JAM)* Volume 16 Number 4, Dec 2018. Pp. 593-604.

Wibowo dan Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Cetakan ke- 1. Bandung: Alfabeta, cv.